

El español para la comunicación profesional Enfoque y orientaciones didácticas

Blanca Aguirre Beltrán

Universidad Complutense de Madrid (España)

En el transcurso de la última década del siglo XX se han consolidado diversas tendencias en los ámbitos político, económico y tecnológico. Entre estas tendencias podemos mencionar la globalización de la información, la internacionalización de la economía, el rápido desarrollo científico y tecnológico, las múltiples aplicaciones de las tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) y la diversificación y movilidad física y funcional de los profesionales. Son cambios e innovaciones constantes que han tenido amplias repercusiones en todas las actividades humanas y han originado un nuevo modelo de sociedad: la Sociedad de la Información y del Conocimiento (SIC).

En este nuevo modelo de sociedad, se ha puesto de manifiesto la importancia vital que tiene el factor información-conocimiento para el desarrollo económico de las organizaciones y, al mismo tiempo, se ha hecho patente la necesidad de desarrollar instrumentos para la comunicación del conocimiento. Todo ello ha dado lugar a complejas y crecientes exigencias en lo que respecta a la comunicación profesional.

Es evidente que, en este contexto socio-económico, es fundamental el dominio de (varios) idiomas, puesto que el lenguaje es el instrumento que facilita y acelera el acceso a la información y permite la comunicación del conocimiento y del conocimiento consolidado, el saber.

Por lo que respecta a las causas de la demanda de enseñanza del español para la comunicación profesional, hay que mencionar las tendencias a la integración de los mercados en el continente americano, las dimensiones de la nueva economía y del comercio electrónico, el fenómeno de la inmigración y, en el marco de la Unión Europea (U.E.), las posibilidades que ofrecen la libre circulación de profesionales y de trabajadores, los programas de intercambio para profesores y alumnos, la futura ampliación de los estados miembros de la U.E. y la atención prioritaria que recibe el área de lenguas extranjeras –o segundas lenguas–, debido a su incidencia en la emergencia del ciudadano europeo del futuro, con un perfil multicultural y multilingüe.

Como consecuencia de esta situación, la actividad de los profesionales de la enseñanza del español como lengua extranjera, o segunda lengua, se ha visto incrementada. Sin embargo, tenemos que señalar que se trata de una actividad cada vez más compleja y especializada, en constante adaptación al entorno cambiante.

De hecho, fueron las demandas manifestadas por un sector de la sociedad –que sugerían una mayor conexión entre la formación y las necesidades del mundo laboral y de sus profesionales–, junto con el desarrollo de las Ciencias del Lenguaje (lingüística aplicada, sociolingüística y psicolingüística, fundamentalmente) las que propiciaron los cambios en el campo de la enseñanza de lenguas extranjeras, a finales de los años

sesenta, y dieron lugar al enfoque comunicativo y al movimiento de la enseñanza de lenguas con fines específicos. Este movimiento fue centrando su interés sucesivamente en el análisis del registro, en el análisis del discurso, en el análisis de la situación meta, en las destrezas y estrategias y, finalmente, en el aprendizaje. Cada una de estas etapas ha aportado perspectivas muy interesantes que, de hecho, siguen orientando la enseñanza de lenguas para la comunicación profesional.

Uno de los cambios que se han producido en el campo de la enseñanza de lenguas extranjeras ha determinado la orientación pragmática del proceso de enseñanza-aprendizaje de lenguas con el fin de satisfacer las necesidades reales de comunicación de los estudiantes que aprenden una segunda lengua. En este sentido, los resultados de los diversos procedimientos aplicados para el análisis de estas necesidades indican un marcado interés en que la formación en lenguas extranjeras para adultos se centre en la consecución de una competencia comunicativa que capacite a los estudiantes para desenvolverse de forma efectiva y eficaz en contextos académicos y profesionales.

Otro cambio significativo se debe al concepto de competencia comunicativa, propuesto por Hymes (1972), frente al concepto de competencia lingüística de Chomsky. Hymes consideraba que lo que constituye a un hablante como tal es la competencia comunicativa, en la que intervienen una serie de estrategias –complejos procesos de negociación del significado– sobre cómo usar la lengua en una situación comunicativa. El hecho de centrar la atención en la situación comunicativa, y en las funciones del lenguaje en esta situación, marca el interés por los principios y las reglas de uso de la lengua como acción comunicativa, así como el desarrollo del estudio de las dificultades que surgen en el momento de la interacción comunicativa en una lengua extranjera, esto es, en las normas pragmáticas de la cortesía.

En los años ochenta, se evidencia un cambio de paradigma en la investigación lingüística y se consolida el paradigma de la pragmática, en el que se fundamenta la enseñanza de lenguas para la comunicación profesional. La pragmática, definida por Escandell, M.V. (1996, pp. 13-14), como “el estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa como su interpretación por parte de un destinatario”, plantea el análisis de la lengua en acción y aborda el aspecto comunicativo de la lengua, con todas las implicaciones que conlleva el análisis de la comunicación y el uso de la lengua en un contexto concreto, ya que parte del hecho de que la lengua es fundamentalmente un medio de comunicación, de que la lengua como objeto de investigación es discurso o texto y, por tanto, interesa el uso de la lengua, las funciones y no las formas, así como un mejor conocimiento de la competencia comunicativa.

La enseñanza de lenguas para la comunicación profesional es un enfoque, basado en la comunicación y orientado a la consecución de una determinada competencia comunicativa, que tiene como propósito mejorar las capacidades de comprensión y expresión que se requieren para desenvolverse en un determinado campo de actividad profesional. Esto implica el dominio de los recursos de la lengua, por una parte, y la aplicación de las técnicas de comunicación. Por otra, todo ello de acuerdo con las con-

venciones que requiere la comunidad y los contextos profesionales en los que tengan que interactuar. Evidentemente, el nivel de competencia o capacidad y las técnicas concretas quedarían establecidas a partir del análisis de la situación meta en la que, en función del cargo y de las responsabilidades, deban desenvolverse.

En términos generales, podemos decir que los profesionales de las distintas organizaciones empresariales –entendiendo por organización la estructura formal y explícita de funciones y posiciones– utilizan la lengua como instrumento de comunicación en complejas situaciones, orales, escritas o mixtas, que incluyen interacciones transaccionales e interpersonales, que exigen una comunicación efectiva y eficaz (singular, dual o plural; presencial, por teléfono y por videoconferencia) para desenvolverse de forma asertiva, transmitir órdenes, obligaciones o funciones y comunicar constantemente información y decisiones, establecer negociaciones o para orientar, consultar y controlar actividades o conductas y gestionar información en diversos soportes mediante el uso de las tecnologías de la información.

Así pues, todo planteamiento didáctico y planificación del proceso de enseñanza-aprendizaje del español para la comunicación profesional debe centrarse en el establecimiento de las condiciones adecuadas para que los estudiantes adquieran y desarrollen las capacidades, habilidades y técnicas de comunicación que hay que aplicar en un contexto determinado. Habilidades y técnicas que podemos agrupar en torno a comprensión y redacción de escritos técnicos y profesionales, hacer presentaciones (de empresas, de productos o de proyectos), participar en reuniones formales de negocios, en actos institucionales, en conversaciones telefónicas y otras interacciones en las que se utilicen diversos medios de comunicación.

Estas capacidades requieren el conocimiento de la lengua, el conocimiento del contexto de uso y el conocimiento de las características y procesos de comunicación, verbal y no verbal, el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, además de los aspectos de la comunicación corporativa y de la cultura de la organización. Por comunicación corporativa se entiende la interacción comunicativa al servicio de las relaciones de producción y al servicio de las relaciones con el entorno social. El concepto de cultura de la organización hace referencia a los conocimientos compartidos por todos los miembros de una organización en relación con la identidad y las formas de pensar y actuar. A partir de la concepción de cada organización, emergen reglas que regulan los usos y costumbres, el protocolo que deberá presidir las actividades de los empleados de esa organización.

Además, el hecho de que la comunicación se lleve a cabo en ámbitos internacionales, y entre interlocutores procedentes de distintas culturas, implica el conocimiento de las diferencias culturales en cuanto a los usos y costumbres que rigen en otros países, las pautas de conducta que están estrechamente relacionadas con la cultura de otras sociedades, así como las normas que emanan de una determinada cultura corporativa. Unos conocimientos que podemos agrupar en torno a tres saberes: saber ser (cualidades cultivadas que proporcionan imagen y seguridad en uno mismo), saber estar (conjunto de actitudes, usos y costumbres sociales que facilitan la convivencia) y saber hacer (capacidad de desarrollar con rigor, exactitud y puntualidad las funciones profesionales).

Por tanto, si bien la enseñanza del español para la comunicación profesional se inscribe en el marco de la enseñanza de lenguas con fines específicos, representa una perspectiva multidisciplinar más amplia en la que intervienen, además de las Ciencias del Lenguaje, otras disciplinas como la Teoría de la Comunicación –marco de las técnicas de comunicación–, la Teoría de la Organización y Administración de Empresas, informática y los estudios de comunicación intercultural, dominio tradicional de la antropología, la sociología y la psicología.

A continuación haré una breve exposición de los fundamentos lingüísticos, y de las áreas, procesos y características de la comunicación, así como de los factores que afectan a la comunicación profesional.

Desde la perspectiva de las Ciencias del Lenguaje, partimos de la concepción funcional-pragmática de la naturaleza de la lengua, es decir, del uso que hacen los hablantes de la lengua en su actuación lingüística. El paradigma de la pragmática, en su doble vertiente pragmalingüística (aspectos formales del discurso y el texto) y sociopragmática (condiciones de uso de la lengua), considera la lengua como la actividad social cuya función es satisfacer las necesidades de comunicación que surgen en los procesos de interacción entre los hombres. Uno de los presupuestos fundamentales de este paradigma es la consideración de que todo enunciado está ligado a un contexto y su sentido depende del tema del discurso o del texto y de la situación de comunicación en que se produce: No se puede interpretar un código lingüístico al margen de las convenciones contextuales de uso. Esto implica que el conocimiento lingüístico de una persona debe incluir el conocimiento del sistema y del uso de la lengua, es decir, la capacidad del hablante para participar en un discurso y el conocimiento de las convenciones pragmáticas que regulan dicha participación.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Comunicación, que abarca diez áreas fundamentales: comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal, comunicación grupal o de equipo, comunicación pública, comunicación en las organizaciones, comunicación en las entrevistas, comunicación de masas, comunicación intercultural y ética y comunicación, tenemos que tener en cuenta los procesos básicos de comunicación e identificar los siguientes: percibir y comprender, participar en la comunicación verbal, participar en la comunicación no verbal, escuchar y mostrar interés, crear clima para la interacción y adaptarse a los contextos.

El término comunicación es uno de los conceptos clave de nuestro tiempo, ya que gran parte de la actividad humana implica comunicación. Comunicar es conectar, atraer, pasar, servir de puente, abrir puertas (al comercio), relacionarse, informar, transmitir información, enseñar, compartir, participar de una lengua, de una cultura, de unas costumbres, de unos propósitos comunes, hacer consultas sobre un asunto, solicitar el parecer de alguien, etc. Nos comunicamos con los demás para mantener relaciones sociales, académicas o profesionales; nos comunicamos con nosotros mismos cuando reflexionamos o valoramos decisiones; estamos constantemente expuestos a los medios de comunicación e intercambiamos información a través de las tecnologías de la comunicación.

Desde un punto de vista técnico, y en un sentido amplio, podemos definir la comunicación como la transmisión de información de un emisor a un receptor. Ahora bien, esa transmisión debe cumplir una serie de requisitos.

Hymes, D. (1972) consideraba la comunicación como la interacción humana constituida por tres planos: situaciones de habla, acontecimientos de habla y actos de habla. Por situaciones de habla entiende el ámbito espacio-temporal en donde tienen lugar los acontecimientos de habla y los actos de habla. Los acontecimientos de habla son las actividades sujetas a normas y convenciones dentro de cada situación de habla. Finalmente, los actos de habla son las acciones llevadas a cabo por el hablante en relación con sus interlocutores, es decir, los actos realizados al usar la lengua que tienen un efecto comunicativo. Ahora bien, todo acto comunicativo requiere unas garantías para que se lleve a efecto la comunicación sin dificultades en la comprensión del significado.

En este punto, debemos destacar el hecho de que todo acto de comunicación es un proceso de interpretación de intenciones cuyo objetivo es el intercambio de información y que, en los contextos profesionales, el emisor tiene la intención de influir en la mente del receptor, ya que se trata de una transmisión de información que va a modificar en un sentido o en otro el grado de conocimientos previos, con el propósito de producir una reacción que conduzca a la realización de determinadas acciones, en general, con un efecto económico. Para que esta comunicación sea eficaz es preciso que se cumpla una condición básica: la información debe tener el mismo sentido y la misma interpretación tanto para el emisor como para el receptor. Sin embargo, no siempre es así ya que, por distintas circunstancias, se pueden producir problemas de carácter técnico, semántico o de eficacia.

Por una parte, tenemos que tener en cuenta que los enunciados lingüísticos se construyen a partir de dos tipos de información: Explícita (el significado se desprende de las palabras que forman el enunciado) e implícita o contextual (los conocimientos pragmáticos, compartidos por ambos interlocutores, permiten la interpretación adecuada de las palabras del hablante). Por tanto, la información que se transmite mediante la lengua debe organizarse de acuerdo con dos tipos de conocimientos: El conocimiento del código lingüístico, esto es, la gramática de la lengua (fonología, morfología, sintaxis, semántica y léxico), o competencia lingüística, y el conocimiento que permite usar ese código de forma efectiva en las distintas situaciones comunicativas, de acuerdo con las normas del entorno sociocultural. Esto implica tener conocimiento de las convenciones que regulan el uso de ese código y que permiten saber qué variedad lingüística es la apropiada en cada situación, cuál es el momento, el lugar y el interlocutor adecuado para hablar de un asunto y el nivel de formalidad que requiere la situación, esto es, la competencia pragmática. La integración de estos dos tipos de conocimiento –gramaticales y pragmáticos– constituye la competencia comunicativa de los hablantes. Concepto que incluye las subcompetencias gramatical, discursiva, sociolingüística, estratégica y sociocultural.

El contexto es el conjunto de conocimientos que comparten el emisor y el receptor en cualquier acto comunicativo; es la información no explícita necesaria para la interpretación de los enunciados. Tenemos que distinguir entre contexto situacional, es decir,

la información derivada directamente del entorno inmediato en el que se produce un enunciado (tiempo, lugar, interlocutor, intención), y contexto sociocultural o información derivada del conjunto de convenciones socioculturales que se supone comparten los participantes en un acto comunicativo (creencias, valores, opiniones).

Al especificar las características del contexto que pueden ser importantes para la identificación del tipo de acto de comunicación, Hymes, D. (1972) señala los siguientes: interlocutores (el papel o relación entre ellos); el tema (de qué se habla); el marco (espacio y tiempo, así como la relación entre los hablantes, postura, gestos, expresión facial); el canal (presencial, teléfono o videoconferencia); el código, el género, el suceso o acontecimiento, entendido este último como la naturaleza del acto comunicativo en el cual puede estar incluido un tipo o género de discurso. Posteriormente, añadiría la clave –que implica una valoración– y la finalidad o intención.

Por otra parte, tenemos que considerar el hecho de que la comunicación no se puede entender separada de la cultura, puesto que forman parte de un mismo fenómeno. El proceso comunicativo se produce dentro de una cultura, por lo cual se convierte en un proceso cultural. Si bien hay que tener en cuenta las dos perspectivas de cultura, la sociológica y antropológica (actitudes, valores, costumbres, marcos de referencia y mentalidades) y la civilización (geografía, historia, literatura, etc.), hay que reconocer que es la primera la que tiene una mayor incidencia.

El ser humano es sujeto de comunicación, parte activa de un proceso de construcción de las relaciones sociales cuyo punto central es una escala de valores. Esta escala se ha ido tejiendo a partir de experiencias, opiniones y puntos de vista que pueden variar (significativamente) de acuerdo con el entorno de educación, el origen geográfico y cultural.

Todos los miembros de una comunidad lingüística comparten unos símbolos, unos hábitos sociales y culturales y participan de un patrimonio que utilizan para crear nuevas formas de relación. Cuando se trata de establecer una comunicación intercultural –como es el caso de la relación laboral internacional–, no basta comunicarse en una misma lengua, no basta con aprender un sistema de signos, sino que hay que aprender los significados culturales de esos signos. Se dan circunstancias en las que, aun utilizando la misma lengua, no se produce la comunicación debido a una serie de factores (gestos, miradas, indumentaria, contactos, actitudes, perfume) que generan rechazo, ambigüedad o incertidumbre. Por el contrario, estos mismos factores, en otras circunstancias, producen un nivel de comunicación que no requiere palabras.

Por tanto, habrá que tener en cuenta las dos vertientes: la lengua oral (comunicación no mediada, en la que adquiere especial relevancia la comunicación no verbal) y la lengua escrita (comunicación mediada, planificada, en la que adquiere relevancia lo verbal).

El modelo antropológico de la comunicación humana distingue tres modalidades de comportamiento comunicativo: verbal-lingüístico, esto es, el lenguaje; el verbal-no lingüístico o paralingüaje y el no verbal-no lingüístico, que es la comunicación no verbal.

Poyatos, F. (1994, p.130) denomina estas tres modalidades la Triple Estructura Básica de la Comunicación; un continuo verbal-paralingüístico-kinésico. Esta triple estructura hace referencia a tres disciplinas semióticas que estudian la comunicación no verbal: la kinésica analiza los valores significativos que tienen las posturas corporales, las expresiones faciales y los gestos; la proxémica que estudia la gestión del espacio en la conversación y la cronémica o concepción y uso del tiempo.

Al analizar las barreras en la comunicación intercultural, Poyatos, F. (1983, pp.14-29) considera que los malentendidos culturales se producen a partir del tratamiento diferente que se da a los sistemas culturales (somático, percepción de los objetos, medioambientales y relaciones con los animales), siendo las barreras básicas determinadas actitudes, la organización social, patrones de pensamiento, expectativas en relación con el papel que hay que representar, gestión del espacio, comunicación no verbal relacionada con gestos específicos, entre otras.

Los contextos profesionales, al igual que en otras circunstancias en las que nos ponemos en contacto en la sociedad, requieren unas pautas de comportamiento protocolizadas, definidas de antemano, y exigen el conocimiento de los tres saberes que hemos mencionado anteriormente –saber ser, saber estar y saber hacer–, en consonancia con el contexto determinado.

Comunicación y cultura son conceptos bien asentados en las organizaciones, así como en las mentes de los profesionales. La comunicación ha alcanzado un alto grado de protagonismo en los contextos profesionales debido al cuidado de la imagen de las empresas y de las instituciones, así como de sus representantes. La imagen es ante todo información y comunicación: el conjunto de ideas afectivas y racionales asociadas a una empresa, a un producto o a una persona. Muchas veces es el componente no verbal lo que se percibe, lo que comunica, lo que crea imagen. Por tanto, en la comunicación profesional, se es muy consciente de las conductas apropiadas en las reuniones y negociaciones internacionales y, por ello, las pautas de conducta están orientadas a canalizar la comunicación y crear o mantener el ambiente adecuado a cada actividad o tema tratado. Muchas veces, el éxito o el fracaso de una misión individual, organizativa o institucional (negociación, entrevista, conversación telefónica, presentación, etc.) depende de que el orador se exprese con exactitud y de que el oyente interprete adecuadamente. Esto implica que el orador debe presentar una imagen coherente con el contexto (palabras, gestos, indumentaria, símbolos) para facilitar la comunicación y fomentar la credibilidad.

Un último aspecto que debemos señalar es el hecho de que gran parte de la comunicación se hace mediante la utilización de soportes y medios de telecomunicación. Este hecho implica, además de tener los conocimientos técnicos correspondientes, el aprendizaje de reglas y rutinas específicas de interacción.

En coherencia con todo lo anteriormente expuesto, la programación y organización de un proceso de enseñanza-aprendizaje de español para la comunicación profesional debe partir del análisis de los requisitos que planteen las situaciones de comunicación en las que los estudiantes tendrán que desenvolverse, fundamentalmente el lugar donde va a tener lugar la interrelación entre los interlocutores, la relación entre ellos y el tema del que se va a tratar.

Una situación de comunicación, en términos abstractos, se compone de dos grupos de factores: el contexto y las interacciones personales, que están condicionadas por el contexto. Este último puede ser sociocultural o lingüístico. El sociocultural comporta hechos previsibles (relacionados con el tipo de comportamientos construidos por la historia sociocultural) e imprevisibles (dependen del aspecto subjetivo experiencial). El contexto lingüístico determina, en parte, los elementos verbales y sus significados semánticos.

Las interacciones personales están conformadas por relaciones interpersonales y actos de habla. Las relaciones interpersonales establecen determinado clima en las relaciones y dependen de aspectos socioculturales o de la experiencia personal. Los actos de habla contienen elementos verbales y no verbales. Los verbales pueden ser segmentales o suprasegmentales. Los segmentales pueden ser palabras léxicas (concretas o abstractas) y palabras gramaticales. Los elementos no verbales pueden ser kinésicos o proxémicos, y pueden acompañar, complementar o reemplazar.

Este análisis de la situación meta, junto con los resultados del análisis del estado de conocimientos de los estudiantes (situación actual), permitirá diseñar la programación: objetivos, contenidos (lingüístico, comunicativo, intercultural, procedimientos y profesional), metodología, recursos y criterios de evaluación.

En términos generales, podemos agrupar las situaciones de comunicación en situaciones orales, escritas y mixtas. En todo caso, la comunicación profesional va a requerir el conocimiento de los procesos de comunicación, el conocimiento lingüístico (lengua común y de la especialidad), el conocimiento del contexto de uso y el conocimiento del sector de actividad profesional.

Las situaciones de comunicación oral dan lugar a distintos tipos de interacción que, a su vez, dan lugar a distintos tipos de discurso o géneros y requieren técnicas de comunicación profesional, tanto para la comprensión como para la planificación, desarrollo y formulación de las presentaciones, reuniones, entrevistas y conversaciones telefónicas o actos protocolarios. Igualmente, requiere la introducción de los aspectos relacionados con la cultura, con los usos y costumbres.

Por lo que respecta a las situaciones de comunicación escrita –comprensión lectora y producción escrita–, hay que señalar que representan procesos de interacción entre el lector y el texto y entre el escritor y el texto; procesos en los que hay que tener en cuenta que la producción y la recepción no se producen en el mismo momento. Finalmente, será preciso el conocimiento de la tipología de textos y su estructura (descriptivo, narrativo, expositivo, argumentativo) y especialmente de los géneros propios del ámbito de actividad profesional y sus convenciones.

En cuanto a la metodología, tenemos diversos métodos a disposición: estudio de casos, simulaciones, proyectos, enfoque por tareas y presentaciones orales, sobre los cuales no voy a extenderme puesto que van a ser suficientemente tratados en el transcurso de este congreso.

Para finalizar, quisiera hacer hincapié en la importancia que tiene la elección de los materiales y recursos didácticos, destacando de manera especial la importancia de la

utilización de los recursos audiovisuales en la presentación y comprensión de los aspectos de una situación de comunicación y la integración de la tecnología multimedia. Las grabaciones en vídeo, comerciales o tomadas de los medios de comunicación, y los recursos multimedia tienen la propiedad de presentar de manera integrada todos los elementos que conforman una situación (lengua, lenguaje corporal, modales, conducta, indumentaria, reacciones), lo que facilita la percepción. Desde el punto de vista de la intervención didáctica, inciden positivamente en la comunicación de los aspectos culturales y determinan un cambio en cuanto a los conocimientos previos. Por otra parte, las aplicaciones multimedia y el uso del ordenador permiten poner en práctica estrategias y herramientas que forman parte de la vida profesional cotidiana y transmiten la sensación de realidad y de relevancia del proceso de enseñanza-aprendizaje y, sobre todo, establecen la conexión entre el aula y el mundo laboral, el contexto profesional, que es la razón fundamental de esta situación de enseñanza-aprendizaje.

Bibliografía

- Aguirre Beltrán, B. (1998) Enfoque, metodología y orientaciones didácticas de la enseñanza del español con fines específicos. *Carabela* (44), 5-29, Madrid, SGEL.
- Aguirre Beltrán, B. (1998) Comunicación y cultura en situaciones profesionales: saber ser, saber estar y saber hacer. *Frecuencia L* (7), 19-24, Madrid.
- Argyle, M. (1975) *Bodily Communication*. Nueva York, International University Press.
- Austin, J. L. (1962) *How to do Things with Words*. Londres, Clarendon Press.
- Brown, H., Yule, G. (1983) *Discourse Analysis*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Escandell, M. V. (1996) *Introducción a la pragmática*. Barcelona, Ariel.
- Grice, H. P. (1975) *Logic and conversation*. En P. Cole y J. L. Morgan (eds.) *Syntax and Semantics* (3), Nueva York, Academic Press.
- Hall, E. T. (1959) *El Lenguaje Silencioso*. Madrid, Alianza Editorial.
- Hall, E. T., Hall, M. R. (1981) *Understanding Cultural Differences*. Yarmouth, Maine Intercultural Press.
- Hymes, D. (1972) *On communicative competence*. En J. B. Pride y J. Holmes (eds.) *Sociolinguistics*. Harmondsworth, Penguin.
- Leech, G. N. (1983) *Principles of Pragmatics*. London, Longman.
- Levinson, S. (1983) *Pragmatics*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Poyatos, F. (1983) *New Perspectives in Nonverbal Communication*. Oxford, Pergamon Press.
- Poyatos, F. (1994) *La Comunicación no Verbal*, 3 vols. Madrid, Itsmo.
- Schefflen, A. E. (1984) *Sistemas de Comunicación Humana*. Barcelona, Kairós.
- Searle, J. R. (1969) *Speech Acts*. Cambridge, Cambridge University Press.

- Swales, J. (1990) *Genre analysis. English in Academic and Research Settings*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Urbina, J. A. (1994) *El Protocolo en los Negocios*. Madrid, Temas de Hoy.
- VV. AA. (1987) *Actas del V Congreso de Lingüística Aplicada*. Pamplona, AESLA.
- Wainwright, G. R. (1987) *El Lenguaje del Cuerpo*. Madrid, Pirámide.